

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Empiris Pada Konsumen Fremilt Outlet Abdurrrhaman
Saleh Kota Madiun)**



OLEH:
PUTRI MUTIARA AJENG NINGRUM
51415048

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
2020

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Empiris Pada Konsumen Fremilt Outlet Abdurrhaman
Saleh Kota Madiun)**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen**

**OLEH:
PUTRI MUTIARA AJENG NINGRUM
51415048**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN FREMILT
(Studi Empiris Pada Konsumen Fremilt Oultet Abdurahman Saleh Kota Madiun)**

oleh
PUTRI MUTIARA AJENG NINGRUM
51415048

Telah Disetujui dan Diterima Dengan Baik
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.
NIDN. 0713126601

Tanggal : 1 Juli 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Putri Mutiara Ajeng Ningrum 51415048

Telah diuji pada tanggal 18 Mei 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



Veronika Agustini S., S.E., M.Si
NIDN.0717087201

Mengetahui :

Dekan

Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA
NIDN.0713097203

Ketua Jurusan

Vivi Ariyani, S.E., M.Sc.
NIDN.0717128001

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Mutiara Ajeng Ningrum

NIM : 51415048

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris pada Konsumen Fremilt Oultet Abdurrahman Saleh Kota Madiun)

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya ilmiah milik saya. Apabila terbukti karya ilmiah ini merupakan plagiarism, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Univeritas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasi/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Madiun, 18 Mei 2020

Yang menyatakan



Putri Mutiara Ajeng Ningrum

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan, kesehatan, kemudahan dan kasih sayang-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN FREMILT (studi empiris pada konsumen Fremilt outlet Abdurahman Saleh Kota Madiun)”**.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak keterbatasan dan kemampuan yang penulis miliki. Namun, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan informasi bagi banyak pihak. Dalam penulisan skripsi ini peneliti banyak memperoleh dukungan dan bantuan serta saran-saran dari banyak berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang begitu besar kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kehidupan, keselamatan dan kesehatan baik jasmani dan rohani.
2. Nabi Muhammad SAW yang senantiasa menjadi panutan kami.
3. Ayah, Ibu, kakak serta adikku tercinta, terima kasih atas doa, dukungan, pengorbanan, kesabaran, nasehat, cinta dan kasih sayang yang tiada hentinya sehingga peneliti dapat mencapai cita-cita yang diinginkan.
4. Vivi Ariyani S.E., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya kampus Kota Madiun.
5. Dra. Dyah Kurniawati, M. Si selaku pembimbing yang telah membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi ini dan meluangkan waktunya untuk memberikan pengetahuan dan arahan kepada peneliti.
6. Bapak dan Ibu dosen pengajar yang telah memberikan nasehat dan ilmunya kepada penulis.
7. Untuk teman seperjuanganku Aslika, Mbak Fitri, dan semua teman-teman Manajemen 2015 terima kasih untuk pertemanan yang indah selama menjalani perkuliahan juga sahabatku Prames, Novan, Tri, Mahfira terima

kasih, dan teman KKN Anilia, Dwi Kurnia, Yona, Asti, Veye, Mbak Okta, Riana, Seppy, Mas Teo .

8. Untuk Mega keponakanku dan kakak tingkat yang telah memberikan semangat dan dukungan.
9. Seluruh keluarga besar yang telah banyak memberi dukungan moril dan doa kepada peneliti.
10. Semua pihak yang tidak mungkin di sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih yang tidak terhingga kepada semua pihak yang terlibat, dengan harapan semoga penelitian ini dapat bermanfaat untuk semua pihak.

Madiun, 18 Mei 2020

Penulis

Putri Mutiara Ajeng Ningrum

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Masalah	6
1.4 Manfaat penelitian	7
1. Bagi perusahaan	7
2. Bagi penulis	7
3. Bagi peneliti lain	7
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Kualitas produk.....	13
2.1.3 Merek	16
2.1.4 Citra Merek	17
2.1.5 Keputusan Pembelian	20
2.2 Pengembangan Hipotesis	26
2.2.1 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	26
2.2.2 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.....	27
2.3 Model Penelitian.....	28
BAB 3 METODA PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Keputusan	29
3.2.1 Populasi.....	29
3.2.2 Sampel	30
3.2.3 Teknik Pengambilan Keputusan Sampel	30
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	31
3.3.1 Variabel Penelitian.....	31

3.3.2	Definisi Operasional Variabel	32
3.4	Lokasi dan Waktu Penelitian	33
3.5	Data dan Prosedur Pengumpulan Data	34
3.6	Teknik Analisis	34
3.6.1	Uji Kualitas Data	34
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	35
3.6.3	Uji Regresi Linear Berganda	37
3.6.4	Pengujian Hipotesis	38
3.6.5	Koefisien Determinasi	39
BAB 4	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	40
4.1	Data Penelitian	40
4.1.1	Gambaran Umum Outlet Fremilt Jalan Abdurrahman Saleh Madiun	40
4.1.2	Data Responden	40
4.2	Hasil Penelitian	43
4.2.1	Statistik Deskriptif	43
4.2.2	Uji Kualitas Data	47
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	49
4.2.4	Uji Regresi Linier Berganda	52
4.2.5	Pengujian Hipotesis (uji t)	53
4.2.6	Uji R Square	55
4.3	Pembahasan	56
4.3.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	56
4.3.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	57
BAB 5	SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1	Simpulan	59
5.2	Implikasi manajerial	59
5.3	Keterbatasan Penelitian	60
5.4	Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan usia	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan asal daerah.....	42
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan status.....	42
Tabel 4.5 Rentang Skala	43
Tabel 4.6 Tanggapan responden tentang kualitas produk.....	44
Tabel 4.7 Tanggapan responden tentang citra merek.....	45
Tabel 4.8 Tanggapan responden tentang keputusan pembelian.....	46
Tabel 4.9 Tabel uji validitas.....	48
Tabel 4.10 Uji reliabilitas.....	49
Tabel 4.11 Hasil uji normalitas	50
Tabel 4.12 Uji Multikolenieritas	50
Tabel 4.13 Uji Heterokedastisitas	51
Tabel 4.14 Hasil Regresi Linear Berganda	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap-tahap dalam proses pembelian	22
Gambar 2.2 Langkah-langkah evaluasi dan keputusan pembelian	25
Gambar 2.3 Model penelitian.....	28
Gambar 4.1 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Hopotesis 1 (Variabel kualitas produk).....	54
Gambar 4.2 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis 2 (Variabel citra merek)	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner dan Surat Penelitian

Lampiran 2 Karakteristik Responden

Lampiran 3 Jawaban Pernyataan Variabel

Lampiran 4 Statistik Deskriptif

Lampiran 5 Uji Kualitas Data (Uji Reliabilitas & Validitas)

Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 Uji Regresi Linear Berganda

Lampiran 8 Daftar Tabel R dan Tabel t

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas produk, citra merek terhadap keputusan pembelian pada konsumen minuman Fremilt outlet Abdurrahman Saleh Kota Madiun. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah pembeli minuman fremilt di outlet Abdurrahman Saleh dengan jumlah 100 responden dengan teknik *sampling purposive*. Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda dengan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan citra merek secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk Fremilt. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 36% variasi keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel kualitas produk dan citra merek dan 64% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: kualitas produk, citra merek , keputusan pembelian.

**The Effect Of Product Quality And Brand Image On Purchase Decision
(A Case Of Fremilt Consumers At Abdurrahman Saleh Madiun Outlet)**

ABSTRACT

This research aims to analyze the effect of quality product and brand image on purchase decision consumers of Abdurrahman Saleh Madiun outlet. The population are 100 consumers who buy a product of Fremilt at Abdurrahman Saleh Madiun outlet with sampling purposive technique. Sample selection in this research who are buying fremilt at Abdurrahman Saleh outlet with 100 respondents and using purposive sampling technique. The analysis technique uses multiple linear regression with t test. The results showed that the product quality and brand image variables partially had a significant positive effect on purchasing decisions for Fremilt products. The coefficient of determination (R^2) of 36% is influenced by independent variables and 64% is influenced by other factors

Keywords: *quality product, brand image, purchase decision*